

Tenim veu, però ens escolta algú?

Entrevista a Emilia Bolinches i Rosa Solbes, per Macu Gimeno

Rosa, parla'ns de la presència de les dones en la informació.

És important la presència de les dones en els mitjans de comunicació?

I tant que sí, cal l'apoderament de les dones en els mitjans de comunicació, perquè, per poca consciència feminista que tinga una directora, no actua de la mateixa manera androcèntrica que ells.



Des que vas començar en la professió, hi ha hagut canvis respecte al tractament de la imatge de la dona?

Les coses en trenta anys no han canviat molt. En realitat, ha canviat la tecnologia, però no els continguts.

Com hi estan representades les professionals de la informació i en quines condicions?

Som més, però seguim estant discriminades. Encara que un 70% de l'alumnat en Ciències de la Comunicació són dones, som una minoria en els llocs directius. De 149 diaris només hi ha 12 directores, i ho són dels més modestos.

Hi ha pocs estudis de gènere en Ciències de la Informació. En el cas valencià, per exemple, Mónica Parreño, Inmaculada Navarro i Julia Ruiz han elaborat un estudi en què es reflecteix la depriment situació de les dones en els mitjans. Idèntica a la de fa trenta anys, com deia al principi respecte a la nostra imatge en els mitjans. Hi ha més llicenciades en Periodisme, però res més.

Seguim patint. Cobrem fins a un 37% menys que ells. Si no ets la millor amb diferència i amb altres característiques afegides, no destaquen. Se'ns exigeix prou més que a ells.

Marquen els estereotips de gènere a les professionals dels mitjans?

És clar que sí, perquè a hores d'ara, en què la premsa escrita sembla que està en perill de desaparèixer i la televisió, en canvi, està en auge, en qualsevol format, hi ha més directores en programes d'entrevistes o de cuina, per exemple. Són programes que tenen molta audiència femenina, per la qual cosa haurien de ser molt curiosos amb els continguts, amb el missatge que s'envia i amb la forma en què se'ns presenta.

Perquè hi persisteixen aquestes desigualtats?

Les dones sempre hem tingut problemes seriosos per a integrar-nos en les redaccions molt masculinitzades, no solament per la proporció, sinó també pel poder d'ells enfront de nosaltres i pels usos i costums que tenen en les redaccions. A això, s'hi afegia la dificultat de l'activisme sindical per les dobles i triples jornades. La lluita individual suposa un alt cost i l'associacionisme de les dones tampoc és massa alt en relació amb les que treballem i les que estan eixint de les universitats.



I respecte a les noves formes de comunicació, la premsa digital, la ràdio o televisió per Internet funcionen de la mateixa forma que els mitjans tradicionals?

La veritat és que el ciberespai, per si mateix, no significa res. L'única cosa que en faria ressaltar és el poder de les dones en les xarxes i les blogueres. El blog és un instrument fàcil, barat i estupend per a transmetre les opinions. Però el món de la premsa digital és tan masclista amb el món que xafem...

Les dones són transmissores d'opinió igual que els homes?

No, crec que som massa autocrítiques, ells no ho són: un altre dels fronts que hem de conquerir és el de l'opinió pública, la transmissió de les nostres opinions, acudint als mitjans existents, paper, blogosfera, on faça falta. És cansat, però ningú no ha dit mai que el feminisme no ho siga.

Pareix impossible que al llarg dels anys no haja millorat aquesta situació. Per què és tan complicat el canvi?

El de les comunicacions és un món brusc i competitiu, en què sempre s'ha considerat que les dones no donen la talla, se les ha menyspreades.

Un altre problema són les dificultats de conciliació. Aquest és un món en què es demana dedicació plena. Les periodistes es resignen a llocs subalterns perquè no volen aquesta dedicació plena.

Fan falta plans d'igualtat, inexistents en la majoria d'empreses. Plans per a treballar la conciliació, protocols contra l'assetjament sexual, perquè mai no es tornen a produir casos com el de Vicente Sanz, o si es repeteix, tallar-lo d'arrel. Ací el paper dels sindicats és clau per a exigir la seua implantació i la negociació de les condicions de treball que permeten conciliar la vida personal, familiar i laboral.

I, és clar, el paper de la universitat havia de ser més actiu i important del que és a l'hora de formar periodistes dones o homes.

Emilia Bolinches , parlem ara del tractament de les dones als mitjans.

Quina és la imatge que donen els mitjans de comunicació sobre la dona?

La imatge que donen els mitjans de la dona és la de l'objecte. Hi està retratada com la volen els homes i els homes ens veuen sempre en uns estereotips bàsics, profundament arrelats i que es continuen repetint: la dona objecte sexual, la mare, la filla, la consumidora.

Un model pensat pels homes i per als homes, que té molt a veure amb la societat de consum...

Sí, i encara que el missatge que se segueix llançant a les dones per al consum continua sent en relació amb productes associats amb la llar o la bellesa, últimament, la publicitat ha descobert que nosaltres també comprem cotxes, ordinadors o productes de luxe, i se li ha obert un altre camp important amb les dones com a professionals o caps de família.

Què constaten els estudis de gènere sobre la representació de les dones en els mitjans?

L'informe de l'Institut de la Dona, sobre una mostra de 800 notícies de ràdio i televisió, ens indica que el 41% de les dones esmentades en els informatius de televisió i un 23% de ràdio són víctimes de violència de gènere. En les notícies es comprova que de cada 100 persones esmentades, només 18 eren dones; és a dir, els homes eixien quatre vegades més que les dones en els telenotícies.

Mentre els homes estan en la pràctica totalitat de les informacions de l'activitat social, econòmica i professional, l'aparició de les dones és molt més limitada. Mai no s'hi fa esment ni interessa la professió de la dona, ni a què es dedica. Només n'és destacable l'aspecte físic, si estem o no elegants...

Si parlem de les dones assassinades, les víctimes de violència de gènere, la imatge que reben dels mitjans de comunicació és l'anul·lació total com a persones, perden el nom i el cognom i, per descomptat, la professió, i passen a ser només una víctima.

Tot açò es contradiu amb la progressiva i imparable incorporació de la dona en totes les ocupacions i professions...

Si tenim en compte que les dones suposen més 51% de la població no és exagerat dir que aquest tractament és una mostra de l'apartheid informatiu que pateixen, que patim les dones sistemàticament. Els mitjans reproduïxen el paper tradicional que s'ha assignat a la dona en la societat, que no és altre que el familiar i domèstic, el privat i, per tant, inexistent per a l'economia, la política i els grans temes. Al cap i a la fi la invisibilitat no és altra cosa que l'ocultació i el silenci.

L'home és per definició el protagonista de la informació. En el cas de les dones, si són joves, atractives i rosses s'identifiquen com a objectes sexuals. Si ha destacat en política, se li afigen adjectius com ara elegant, agradable o simpàtica. Si es tracta d'una professional, també li col·loquen altres aspectes que no tenen a veure amb la seua professió ni amb la notícia, la qual cosa contribueix a rebaixar-li el nivell de coneixements o de credibilitat. Sempre preguntant-li sobre la seua capacitat de compaginar el treball amb la llar, cosa que mai es pregunta als homes; és a dir, a la dona sempre se la vincula amb les qüestions domèstiques o propietàries.

D'altra banda, no es parla de la feminització de la pobresa, ni de la precarietat i discriminació laboral de les dones, ni que pateixen assetjament sexual...

El poder de la imatge és indiscutible. Quins valors transmet la televisió actualment?

La televisió difon la dona de classe mitjana urbana, mai no hi ha obreres ni agricultores, com si no n'hi haguera. Una dona encadenada a la bellesa, fet ve molt bé a la publicitat. La interiorització de la bellesa per la dona comporta la utilització de la seducció com a arma femenina, utilitzada per a aconseguir els seus desitjos, negats sistemàticament per la societat.

Aquesta realitat ha sigut reforçada per la televisió i els mitjans de comunicació de tal manera que la dona –siga professional o mestressa de casa– hi ha d'eixir sempre seductora i molt ben arreglada.

I quant als continguts de la informació?

El discurs feminista rara vegada és notícia i les seues reivindicacions per a feminitzar la informació o no s'entenen o són considerades d'una minoria radical.

A què creus que obeeix aquesta desigualtat en el tractament de la imatge segons que siguin homes o dones?

Els homes no ixen en els mitjans com a arquetips, tenen papers més variats que les dones, són lliures.

Parlem del llenguatge que s'usa en els mitjans. Es va canviant el discurs en masculí per a utilitzar un llenguatge inclusiu?

El llenguatge continua sent en masculí: la mateixa RAE dóna instruccions clarament discriminatòries, entre altres coses perquè els seus acadèmics no tenen cap sensibilitat amb aquest tema.

Ha millorat gens la imatge de la dona?

Totes les dades ens confirmen que la situació de la dona està estancada.

Què hauria de canviar?

Els homes no cedeixen els seus treballs, càrrecs o responsabilitats a les dones. Es dona una barreja d'egoisme, solidaritat gregària i una històrica desconfiança envers nosaltres, a mirar-nos com a iguals.

Sóc partidària d'exigir la paritat per llei sempre que s'obligue al seu compliment amb multes per als infractors perquè, si no és així, no passa res.

Però els últims anys hi ha hagut canvis legislatius o jurídics per a revertir la desigualtat...

Des de la Conferència Mundial sobre la Situació de la Dona de Pequín del 95 hi ha hagut diferents avanços legislatius, tant a escala europea, com estatal. Però no passem més enllà de les recomanacions o prohibicions, sense sancions. Crec que en general han sigut més importants les aportacions de les periodistes feministes.

Quant a aquest caràcter vexatori o discriminatori de la imatge quin paper juga l'Observatori de l'Institut de la Dona? I l'autonòmic? Quines són les denúncies que més s'hi presenten?

Les actuacions punitives de l'observatori estatal només es concreten a instar o recomanar, raó per la qual la seua efectivitat és nul·la. Quant a l'observatori nostre, l'autonòmic, no hi ha informació de la seua activitat.

L'estatal emet un informe anual sobre les queixes tramitades. L'últim indica que s'han produït 2.444 queixes, d'aquestes la majoria per particulars (un 86% per dones) i només 113 per entitats. La novetat és que la majoria han sigut per emissions de televisió. La cadena de televisió més denunciada ha sigut Tele 5, seguida de la Sexta, Cuatro, TVE, Antena 3 i Tele Madrid. O siga, que també els mitjans públics són denunciats.

“No sense les dones”, és increïble que hàgem de seguir lluitant per estar en els espais reservats a ells, també en els mitjans...

Any rere any, quan arriben les dates commemorades pel moviment feminista, el 8 de març i el 25 de novembre, apareixen noves xifres que corroboren les discriminacions i bretxes de gènere, i certifiquen que la situació ha de canviar. Però no ho fa. O els canvis són tan mínims que a males penes es noten. Fan falta altres accions i mesures. A voltes a força de denunciar en els tribunals. També és necessari seguir revindicant incloure en els plans d'estudi el gènere, copiar el de Catalunya i cridar a l'ordre tots els anys als directors i editors perquè canvien hàbits.

Necessitem més velocitat, no volem sacrificar el futur de milions de dones professionals. No vull que el canvi el vegen les nostres filles o nétes, jo vull veure'l ja.

Ara una pregunta a les dues. Com és l'associacionisme en el món periodístic?

Rosa Solbes:

La Unió de Periodistes és l'associació més nombrosa, amb una afiliació d'unes 700 persones, un 56% homes. O l'Associació de la Premsa d'Alacant, amb 270 persones associades, de les quals un 60% són homes. No sé si açò té alguna influència sobre la marxa de les organitzacions, però sí que estic segura que hi ha coses, iniciatives i plantejaments d'organitzacions professionals que, si les dones de dins no estigueren actives i pendents, no es faran mai.

Emilia Boliches:

Estem esperant a veure si les noves generacions en la Unió de Periodistes s'impliquen en el tractament de les notícies en matèria de violència de gènere.

A Espanya hi ha associacions de dones periodistes molt actives: Catalunya té el costum de fer una visita als directors i editors dels mitjans de comunicació habitualment i cridar-los a l'ordre, fet que té repercussions positives.